



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS-FASA
CURSO: TURISMO**

**ESTUDO SOBRE O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O TEATRO
NACIONAL DE BRASÍLIA - DF**

FÁTIMA AMÉLIA LOPES DOS SANTOS

R.A: 2012841/4

PROF^a. ORIENTADORA: SILVANA BARBOSA FERNANDES

BRASÍLIA/DF, Novembro/ 2007.

FÁTIMA AMÉLIA LOPES DOS SANTOS

**ESTUDO SOBRE O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O
TEATRO NACIONAL DE BRASÍLIA - DF**

Monografia apresentada como requisito
para conclusão do curso de bacharelado
em Turismo do Centro Universitário de
Brasília – UNICEUB.

Prof (a). Orientador (a): Silvana Barbosa
Fernandes.

BRASÍLIA / DF, Novembro/ 2007.

FÁTIMA AMÉLIA LOPES DOS SANTOS

**ESTUDO SOBRE O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O
TEATRO NACIONAL DE BRASÍLIA - DF**

Monografia apresentada como requisito
para conclusão do curso de bacharelado
em Turismo do Centro Universitário de
Brasília – UNICEUB.

Banca Examinadora

Professora Silvana Barbosa Fernandes
Orientadora

Professor (a)
Examinador (a)

Professor (a)
Examinador (a)

BRASÍLIA / DF, Novembro/ 2007.

Agradecimentos

A Deus por te me abençoado, ajudando-me a superar todas as dificuldades.

Aos meus pais, ao meu marido e minhas filhas pelo apoio e compreensão em todos os momentos para a conclusão deste curso.

À minha orientada, professora Silvana Barbosa Fernandes, pois com sua compreensão e paciência pude concretizar este trabalho.

RESUMO

Este trabalho desenvolve conceitos básicos e gerais sobre turismo cultural tendo esses como embasamento para que se chegue ao tema central do estudo. A preservação do patrimônio cultural faz com que o turismo cultural seja visto por todos como uma atividade turística que contribui para o desenvolvimento econômico, além de ajudar a manter vivo o legado cultural de um povo, sendo assim este estudo tem a finalidade de analisar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília-DF. A metodologia utilizada no estudo foi exploratória. Para um entendimento melhor do assunto abordado, foi utilizado como método, a pesquisa de caráter quanti-qualitativa, utilizando-se de entrevista para coleta de dados. Este procedimento caracterizou-se pela pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, o qual se deu no próprio Teatro Nacional. Mediante aos resultados de pesquisa, identificou-se que, os turistas são motivados a frequentar o Teatro Nacional de Brasília pela aquisição de novos conhecimentos e apreciação da arquitetura, da arte e da cultura.

Palavras-chave: turismo, patrimônio cultural, teatro nacional.

SIGLAS

EMBRATUR - Empresa Brasileira de Turismo

IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

MTUR – Ministério do Turismo

OMT - Organização Mundial do Turismo

TNCS – Teatro Nacional Cláudio Santoro

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Sala Villa-Lobos	36
Figura 2 - Sala Martins Pena.....	36
Figura 3- Espaço Cultural Dercy Gonçalves	36
Figura 4 - O Pássaro.....	37
Figura 5 - A Contorcionista.....	37
Figura 6 - Os Jardins	37

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Atrativo Cultural	29
Gráfico 2: Acessibilidade	30
Gráfico 3: Meio de Divulgação.....	31

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPITULO I	11
1.1 Definição do tema e do problema de pesquisa	11
1.2 Justificativa	12
1.3 Objetivos da pesquisa	12
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i>	12
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	12
CAPITULO II	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO ESTUDO REALIZADO	14
2.1 Conceituações de Turismo	14
2.2 Abordagem conceitual de Patrimônio Cultural	14
2.3 Motivações turísticas	16
2.3.1 <i>Turismo Cultural</i>	17
2.3.2 <i>Atrações Turísticas de Brasília</i>	19
2.4 Características Gerais do Teatro Nacional de Brasília	21
CAPÍTULO III	25
3 METODOLOGIA DA PESQUISA	25
3.1 Método de investigação utilizado	25
3.2 Tipo de pesquisa	25
3.3 Variáveis da pesquisa	25
3.4 Dados da pesquisa e instrumentos de coleta de dados	26
3.5 Tratamento e análise dos dados	27
CAPÍTULO IV	28
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES	32
REFERÊNCIAS	34
ANEXO	36
APÊNDICE	38

INTRODUÇÃO

Brasília foi o primeiro núcleo urbano, construído no século XX, considerado digno de ser incluído na lista de bens de valor universal, recebendo o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, em 1987, pela UNESCO. Hoje oferece atrações turísticas tanto para os cidadãos locais, como para os visitantes de outras localidades. (SETUR – 2006)

Segundo o Ministério do Turismo (Mtur, 2006) o turismo é aliado ao desenvolvimento sustentável, cujo objetivo maior é desenvolver o patrimônio cultural, os recursos naturais e o meio ambiente, e portanto, considera como premissa, ser ideal satisfazer a necessidade do momento, sem, entretanto, comprometer a capacidade de atender às gerações futuras, sem causar nenhum tipo de impacto negativo sobre o acervo histórico, arquitetônico e cultural.

Este estudo tem a finalidade de analisar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília-DF.

Para tanto o trabalho foi desenvolvido através de elementos metodológicos, que juntamente com o referencial bibliográfico possibilitaram a evolução deste estudo. Os resultados de pesquisa aqui apresentados foram obtidos através da aplicação de questionário.

Para alcançar os objetivos propostos, este estudo foi dividido em cinco capítulos: O primeiro capítulo faz uma abordagem sobre as considerações iniciais do trabalho: definição do tema e do problema de pesquisa, justificativa, os objetivos gerais e específicos. Já o segundo capítulo, apresenta a fundamentação teórica como forma de dar subsídios às análises realizadas. O terceiro capítulo aborda os métodos de investigação a partir de uma entrevista realizada no Teatro Nacional. O quarto capítulo apresenta os resultados da pesquisa. O quinto capítulo apresenta as considerações finais e as recomendações acerca do estudo realizado.

CAPITULO I

1.1 Definição do tema e do problema de pesquisa

De acordo com o IPHAN (1999), recomenda-se a realização de um trabalho contínuo de educação patrimonial. Este trabalho deve consistir em um processo permanente e sistemático focado no patrimônio cultural, com vistas ao conhecimento, à apropriação e valorização de sua herança cultural, que são fatores importantes para a preservação e conservação do patrimônio e o fortalecimento dos sentimentos de identidade e cidadania.

Segundo o Ministério do Turismo (Mtur, 2006), incentivar as apresentações culturais representativas da região ou município em mercados-alvo, que pode ser uma estratégia para despertar o interesse de potenciais turistas, por meio de amostras do que pode ser totalidade dos aspectos culturais do destino.

Refere-se ainda, que os bens e atividades culturais são via de regra, alvo dos meios de comunicação de massa, que propagam a sua produção em grandes proporções, estimulando o seu conhecimento, atingindo assim, turistas potenciais que podem se deslocar para usufruir da cultura.

Este estudo tem a finalidade de mostrar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília – DF, tal objetivo foi delineado a partir da conceituação de turista cultural pois, de acordo com BARRETO (2000, p. 18) “O turista cultural valoriza a cultura em toda a sua complexidade e particularidade, movimentando-se em busca de ícones que representam a identidade local e a memória coletiva”.

A escolha do tema contribuirá para a valorização e preservação do patrimônio, fazendo com que o turismo cultural seja visto por todos como um segmento que ajuda no desenvolvimento econômico, além de contribuir para manter vivo o legado cultural de um povo.

Neste caso, visando conhecer a importância do Teatro Nacional enquanto atrativo turístico, bem como o entendimento das reais necessidades e

satisfação do visitante, torna-se primordial o estudo sobre o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília – DF.

Diante do exposto, surge o seguinte questionamento de pesquisa:

QUAL O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O TEATRO NACIONAL DE BRASÍLIA – DF E SUAS REAIS MOTIVAÇÕES?

1.2 Justificativa

A importância deste trabalho é a de proporcionar ao leitor informações sócio-culturais acerca do objeto de estudo, bem como avaliar a relação intrínseca existente entre o turismo e o fator cultural, já que ambos desempenham um papel preponderante no desenvolvimento do intercâmbio entre os povos.

Pode-se dizer que a relação cultura e turismo fundamentam-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas e o segundo é a possibilidade do turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do patrimônio, e da promoção econômica de bens culturais.¹

A insuficiência de bibliografia relacionada ao estudo específico deste tema, revela a necessidade de realização da pesquisa sobre a preservação do patrimônio, bem como mostrar a importância da prática do turismo cultural em Brasília.

1.3 Objetivos da pesquisa

1.3.1 Objetivo Geral

Demonstrar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília-DF.

1.3.2 Objetivos Específicos

§ Traçar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional;

¹ Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/>>. Acesso em 13 abr. 2007.

- § Identificar as motivações que levam o turista a conhecer o Teatro Nacional de Brasília-DF;
- § Estudar a importância da preservação do Teatro Nacional enquanto patrimônio histórico cultural.

CAPITULO II

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA DO ESTUDO REALIZADO

2.1 Conceituações de Turismo

Em sua definição mais recente, a OMT (2002) definiu turismo de uma forma mais ampla, ou seja:

Como a atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do de suas moradias habitual, por um período de tempo continuo inferior a um ano, com fins de lazer, por negócios ou outros motivo, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado. ²

Para BENI (2001, p.39) “a conceituação de turismo não implica em uma simples definição, já que tal fenômeno ocorre em distintos campos de estudos concorrentes de pensamentos”.

No entendimento exposto por ANDRADE (2002, p.38):

Turismo é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

Pode-se dizer que a relação cultura e turismo fundamentam-se em dois pilares: o primeiro é a existência de pessoas motivadas em conhecer culturas diversas e o segundo é a possibilidade do turismo servir como instrumento de valorização da identidade cultural, da preservação e conservação do patrimônio, e da promoção econômica de bens culturais. ³

2.2 Abordagem conceitual de Patrimônio Cultural

Segundo o Ministério do Turismo (MTUR, 2005) Desde primórdios tempos até a atualidade, a cultura continuou a ser uma das principais razões para a viagem. Com o tempo, modificou-se, porém, a forma como os inúmeros turistas

² DIAS Reinaldo e AGUIAR, Marina R. **Fundamentos do turismo**: conceitos, normas e definições. Campinas: Alínea, 2002, p. 24.

³ Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/>>. Acesso em 13 abr. 2007.

visitam atrativos turísticos culturais. A própria noção de cultura anteriormente ligada à idéia de civilização ampliou-se e passou a incluir todas as formas de ser e fazer humanos. Dessa forma, entende-se que todos os povos são detentores de cultura. Esta é definida como “a totalidade ou o conjunto da produção, de todo o fazer humano de uma sociedade, suas formas de expressão e modos de vida”.⁴

Segundo informações colhidas de FUNARI e PINSKY (2003, p.16), a construção do patrimônio cultural é um ato que depende das concepções que cada época tem a respeito do que, para quem e por que preservar. A preservação resulta, por isso, da negociação possível entre os diversos setores sociais, envolvendo cidadãos e poder público.

De acordo com o IPHAN (2006), patrimônio é o conjunto de bens culturais ou naturais, de reconhecido valor histórico, artístico, arquitetônico, arqueológico e ambiental para determinada localidade, região, país ou para a humanidade, e que ao ser protegido pelo tombamento, deve ser preservado para usufruto das atuais e futuras gerações.

Segundo o Ministério do Turismo (Mtur, 2005), o patrimônio cultural, mais do que atrativo turístico é fator de identidade cultural e de memória das comunidades, fonte que as remete a uma cultura partilhada, a experiências vividas, a sua identidade cultural e, como tal, deve ter seu sentido respeitado.

Simão (2001, p. 84), ressalta que o patrimônio cultural é um atrativo e que simboliza as raízes de um povo, além de contribuir para o crescimento econômico e social.

Considerando que o patrimônio fornece aos visitantes informações importantes sobre a herança cultural de comunidade local, reforça o respeito mútuo e gera um clima de tolerância e compreensão, deve ser o foco da diretriz política de turismo. Uma das preocupações da política do turismo é viabilizar que a prática

⁴ BRASIL, MTur. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo cultural**. Brasília: MTur, 2005. No prelo.

turística estabeleça interfaces com outros setores da economia de forma eficaz, fazendo com que ocorra uma valorização econômica dos lugares.⁵

Em se tratando do Brasil, os fins estatais de preservação do patrimônio cultural são expressos na Constituição Federal e em legislação ordinária. O regime constitucional do patrimônio cultural brasileiro estende-se por diversos artigos em que fica demonstrada a preocupação do constituinte em garantir a proteção desse bem jurídico social.⁶

2.3 Motivações turísticas

As motivações ocorrem em diversos segmentos de mercado e devem ser estimuladas para aumentar a propensão de compra, complementando desta forma o atendimento das necessidades objetivas dos consumidores, a ser obtido com o consumo dos serviços.

Para Beni (1998, p. 149):

Segmentar o mercado é a técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos. A segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos geográficos e tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social e estilo de vida, entre outros elementos.

Funari e Pinsky (2003, p.07), questionam por que as pessoas se deslocam, aos milhões? Pelas mais diferentes razões: os objetivos da viagem podem ser os descansos, a diversão, mas também o trabalho, o aprendizado ou o aperfeiçoamento profissional, entre muitos outros. Todas essas movimentações implicam contato humano e cultural, trocas de experiências entre os viajantes e com a população local. Essa parece ser a essência do turismo, pois, principalmente com as novas tecnologias, quase tudo se poderia ser feito sem sair de nosso ambiente, tanto descansar quanto aprender uma língua estrangeira. Em princípio, portanto, as pessoas só decidem viajar se e ou quando querem entrar em contato com outros costumes e maneiras de viver, com outros povos e culturas, com outras realidades.

⁵ BRASIL, MTur. **Diretrizes para o desenvolvimento do turismo cultural**. Brasília: MTur, 2005. No prelo.

⁶ Disponível em: < <http://www1.jus.com.br>> Acesso 06 set. 2007.

De acordo com Barreto (1995, p. 65), "as motivações são as causas subjetivas que vão fazer com que o turista decida da sua viagem".

No entendimento de Arrillaga (1976, pp. 145-159), as motivações para viajar podem ser variadas.

- Desejo de viajar por viajar;
- Desejo de fazer coisas que implicam uma viagem;
- Desejo de viver novas experiências para quebrar a monotonia;
- Busca da felicidade.

De modo geral, deve-se reconhecer que o turismo de motivação cultural traz vantagens no que concerne à preservação do patrimônio pois ao passo que o turismo favorece o intercambio cultural, estimula a conservação e preservação do patrimônio histórico e cultural, desperta maior interesse pela arte, ajuda a recuperar antigas manifestações culturais e valoriza tradições e costumes, mais tudo isso pode ser destruído, caso não seja planejado e implementado de maneira organizada.⁷

2.3.1 *Turismo Cultural*

A definição de Turismo Cultural está relacionada à motivação do turista, especificamente a de vivenciar o patrimônio histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo à experienciá-los e preservar a sua integridade. Vivenciar implica, essencialmente, em duas formas de relação do turista com a cultura ou algum aspecto cultural: a primeira refere-se ao conhecimento, aqui entendido como a busca em aprender e entender o objeto da visita; a segunda corresponde a experiências participativas, contemplativas e de entretenimento, que ocorrem em função do objeto de visita.⁸

⁷ ANDRADE, José Vicente de. **Turismo**. Fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 2002, p. 95.

⁸ Disponível em: <<http://institucional.turismo.gov.br/>>. Acesso em 13 abr. 2007.

Segundo a EMBRATUR (1992) Turismo Cultural é aquele que se pratica para satisfazer o desejo de emoções artísticas e informação cultural, visando à visita a monumentos históricos, obras de arte, relíquias, antiguidades, concertos, musicais, museus.⁹

Para Barreto (1995, p. 21), “o turismo cultural, no sentido mais amplo, seria aquele que não tem como principal um recurso natural”. De acordo com o pensamento expresso por este autor, as coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, e, portanto, turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem.

Entretanto, na opinião de Swarbrooke (2000, p. 36), o Turismo Cultural tem recursos específicos, tais como: locais associados a acontecimentos históricos e pessoas famosas; atrações históricas (museus e centros históricos; castelos, casas majestosas e monumentos antigos; jardins históricos; paisagens históricas; vilarejos históricos e vistas da cidade); festivais e eventos especiais (folclore; artes performáticas; esportes; interesse); indústria comércio (visitas a locais de trabalho; atrações rurais; lojas famosas; mercados; complexos de lojas e atividades de lazer); cultura popular moderna (locações para filmes; locações feitas para a TV); passeios e itinerários temáticos; comidas e bebidas tradicionais; férias com algum interesse especial; atividades de esporte e lazer (participantes; expectadores; jogos e esportes tradicionais); ofícios tradicionais; artes (teatros; galerias de arte); tipos de arquitetura; linguagem (idioma nativo predominante – linguagem minoritárias e regionais; escola de línguas); locais religiosos (santuários; igrejas; catedrais).

Para Andrade (2002, p.71) turismo cultural:

É típico, pois se efetua de maneira diversa da dos demais tipos de turismo, que geralmente se caracterizam pela permanência da preocupação e das atividades que se traduzem em lazer, repouso e descompromisso. Além disso, é forma de turismo itinerante intensivo, pois se constitui de viagem maior, durante a qual realizam-se pequenas viagens ou viagens suplementares ou de complementação, em único país ou região ou em países e regiões diferentes.

⁹ Disponível em: <<http://geocities.yahoo.com.br>>. Acesso em 27 ago. 2007.

Existe uma relação direta entre a prática do turismo cultural e patrimônio, que é entendido como o conjunto dos elementos históricos, arquitetônicos, ambientais, paleontológicos, arqueológicos, ecológicos e científicos, para os quais se reconhecem valores que identificam e perpetuam a memória e referenciais do modo de vida e identidade social.¹⁰

O turismo cultural é um tipo de turismo que tem por objetivo, dentre outros fins, o conhecimento de monumentos e sítios históricos. Este tipo de turismo justifica, de fato, os esforços na preservação e proteção desses bens culturais.

Trata-se de um tipo de turismo que não se compõe só de visitas a museus, lugares históricos, feiras de artesanatos, ou espetáculos determinados. Põe em relevo também formas especiais de relação entre o visitante e o visitado, entre o turista e o meio ambiente a que chega, permitindo-lhe ter uma visão do presente das comunidades visitadas e uma síntese de seu passado histórico. É aquele que se pratica para satisfazer o desejo de emoções artísticas e informações culturais, visitando monumentos históricos, obras de arte, concertos musicais, museus e pinacotecas.¹¹

Dessa forma, os elementos que constituem o turismo cultural nada mais são que os resultados culturais produzidos pelo homem. Tanto que no entendimento de Barreto (2000, p.18) o básico se concentra em quatro itens: arquitetura, folclore, história local e religião.

2.3.2 Atrações Turísticas de Brasília

Segundo a conceituação adotada por Lopes (1994, p. 49): “Atrações turísticas são aquelas que existem por si só, resultado do trabalho da própria natureza e da evolução histórica das cidades”.

Segundo (FUNARI e PINSKY, 2003, p. 13) as atrações turísticas são importantes à existência e preservação de patrimônios, pois são esses a “representação do passado histórico e cultural de uma sociedade, herança familiar,

¹⁰ Disponível em: <<http://www.prodiam.sp.gov.br>>. Acesso em 03 mar. 2007.

¹¹ SOUZA, Arminda Mendonça de; CORREA, Marcus Vinícius. **Turismo**: conceito, definições e siglas. Manaus: Valer, 2000, p. 143.

bens culturais, etc.” Os quais serão as atrações de visitantes interessados em se conhecer a história”.

Brasília, tombada pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura - UNESCO à condição de patrimônio Cultural da Humanidade, é também síntese do Brasil. No caso específico deste estudo, cujo tema central contempla a capital federal – Brasília pode-se afirmar que as atrações turísticas, nelas inseridas as atrações de visitação a patrimônio, forma, efetivamente, o núcleo de indústria do Turismo.

Na capital do Brasil o turista encontra uma ampla e moderna estrutura de serviços a seu dispor permitindo fácil acesso aos pontos turísticos, pois, possui o terceiro parque hoteleiro do país e seu aeroporto é o terceiro em movimento de passageiros no país. O turismo receptivo brasileiro conta, ainda, com inúmeras agências de viagens, locadoras de veículos, serviços de rádio táxi, museus, bares, templos religiosos, casas de câmbio, entre outros tantos atrativos. (EMBRATUR, Perfil do Turista do Distrito Federal, 2001, p. 9)

Brasília, inaugurada em 1960, teve a sua construção definida em 1956 pelo presidente da República, Juscelino Kubitschek seu principal fomentador, e é hoje tombada pela Unesco como Patrimônio da Humanidade.

Em 1956 foi instituído um concurso nacional de projetos, sendo o júri composto pelo inglês William Holford, o francês André Sive, o grego Stamo Papadaki e os brasileiros Paulo Antunes Ribeiro, Horta Barbosa, Israel Pinheiro (presidente) e Oscar Niemeyer, arquiteto que assina as principais obras arquitetônicas da cidade.

No mesmo ano, em setembro, foi declarado pelo júri e publicado em um edital o nome do vencedor do concurso nacional do plano piloto: o projeto do arquiteto Lúcio Costa. O plano piloto de Lúcio Costa possui a forma de um avião ou de uma cruz; as asas (sul e norte) são constituídas por um eixo rodoviário e eixos laterais (leste e oeste) integrados e margeados por superquadras habitacionais multi-familiares, compostas por blocos longitudinais de seis e três pavimentos, delimitadas transversalmente por ruas para o comércio e instituições de ensino e

recreação. Ao conjunto de quatro superquadras, definidos com elementos suficientes para a escala residencial e cotidiana, dá-se o nome de Unidade de Vizinhança.¹²

No eixo monumental, braço menor da cruz ou das asas do avião, os edifícios do governo local e federal estão dispostos ora alinhados em seqüência ritmada, compondo a Esplanada dos Ministérios, ora agrupados em torno de espaços localizados nos pólos, criando a Praça dos Três Poderes, do governo federal, e o Paço Municipal, na Praça do Buriti.¹³

Brasília apresenta várias arquiteturas com características piramidais que fazem com que à cidade seja vista por vários turistas como uma cidade mística e representativa das grandes pirâmides egípcias.¹⁴

Existem grandes construções em Brasília, localizadas em posições geométricas e em forma triangular, como o Teatro Nacional tema abordado da pesquisa, considerado a maior estrutura da cidade tendo em seu formato uma pirâmide, e a grande pirâmide de Keops é a maior estrutura em pedra do Egito e do mundo. Um exemplo é a catedral de Brasília que conta com 16 colunas e que agrega suas entradas subterrâneas, que significa 16, o número da pirâmide.

O prédio da CEB (Centrais Elétricas de Brasília) é uma pirâmide de 61 metros e controla todo o fornecimento de energia da cidade. Sakára, uma pirâmide de 61 metros, era um templo usado para armazenar energia cósmica, construído pelo arquiteto Iem Hotep.¹⁵

2.4 Características Gerais do Teatro Nacional de Brasília

A missão do Teatro Nacional de Brasília, denominado Teatro Nacional Cláudio Santoro é incentivar, apoiar e difundir a cultura, em todas suas formas de manifestação. Este recebe público tanto nacional como internacional, de

¹² Disponível em: <<http://www.sc.df.gov.br>>. Acesso: 25 ago. 2007.

¹³ Ibidem.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ KEM, Iara, De Aknaton a J.K. **Das Pirâmides a Brasília**. Thot. Brasília, 1991, p. 80.

várias idades, principalmente o público que vem em busca de manifestações culturais.

Foi inaugurado em 1981, como parte dos festejos do 21º aniversário da Brasília. Sua forma é de uma pirâmide truncada, semelhante à pirâmide de Quéops (Egito), e a fachada, uma composição de cubos e retângulos de autoria de Athos Bulcão.

A Orquestra Sinfônica do Teatro Nacional Cláudio Santoro atualmente, é composta por 85 músicos e tem o maestro Ira Levin como regente. Os concertos acontecem às terças-feiras, na Sala Villa-Lobos, com entrada franca.

Todos os espaços no teatro são utilizados para pequenos e grandes eventos culturais e sociais que são eles: (Foyer da sala Villa-Lobos, Mezanino da sala Villa-Lobos, Sala Villa-Lobos, Sala Alberto Nepomuceno, Sala Martins Penna, Foyer da sala Martins Penna, e espaço cultural Dercy Gonçalves).

O mezanino da sala Villa-lobos tem uma área de 468 metros quadrados sendo uma galeria excelente, sempre com exposições programadas. É um espaço que serve também para saraus, performances, lançamentos de livros e coquetéis.

A sala Villa-lobos é a maior das três salas do **TNCS**, destinada os espetáculos e eventos de dança, música, teatro, ópera e outros. Foi inaugurada em 1981, mas antes, quando era só um esqueleto, abrigou concursos de miss, missa do galo, torneio de basquete e baile de carnaval. Possui uma platéia de 1.307 poltronas numeradas, em cinco setores, um camarote presidencial com capacidade para 15 espectadores, um palco em piso fixo de tábua corrida com quarteladas com 450 metros quadrados e profundidade de 25 metros, largura mínima de 12,80 metros e máxima de 16 metros, com elevador de palco, incluindo ainda as coxias com oito metros de profundidade, 17 camarins (seis são coletivos e com capacidade, cada um, para 60 pessoas).

Sala Alberto Nepomuceno é a menor das três salas do **TNCS** foi construída a partir de um pequeno vão que sobrou do projeto inicial, mas é uma das salas mais acolhedoras para recitais, palestras, projeções de vídeo e filmes e pequenas montagens teatrais. Tem 95 poltronas numeradas, um palco fixo de 12 metros em tábua corrida, profundidade de 2,3 metros e comprimento de 5,5 metros, com trilho eletrificado e capacidade para seis *spots*, seu acesso se dá pelo *foyer* da Sala Villa-Lobos.

Foyer da sala Martins Penna conta com azulejos amarelos de Athos Bulcão e é bastante utilizado para exposições. Possui um busto de Ludwig Van Beethoven, doado pela Alemanha. Destinam-se a saraus, performances, lançamentos de livros, coquetéis e exposições, com área de 412 metros quadrados.

A Sala Martins Pena destina-se a abrigar uma rica variedade de espetáculos, de teatro, dança, música, ópera, performance e também é pautada para debates, simpósios e exibições de filmes e vídeos. Primeira sala a receber público na história do **TNCS**, possui 437 poltronas numeradas.

Espaço Cultural Dercy Gonçalves originalmente, foi projetado para ser um restaurante panorâmico, que chegou a funcionar por pouco tempo. Em 26 de julho de 2000, a Secretária de Cultura Luiza Dornas, resolveu homenagear a atriz Dercy Gonçalves por esta ser umas das atrizes comediantes mais arrojadas do país, uma mulher descontraída e irreverente. É um espaço com 840 m², área útil de 500 m² com capacidade para 300 pessoas, este é indicado para reuniões, saraus, lançamentos públicos e de produtos, coquetéis, lançamentos de livros e pequenos eventos sócio-culturais.

No hall abriga as esculturas “Contorcionista”, de Alfredo Ceschiatti, e “O Pássaro”, de Marianne Peretti.

A escultura “A Contorcionista” de bronze não polido, medindo 2,46m x 1,80m, executada em 1952 e instalada no teatro, no *foyer* da Sala Villa-Lobos, em 1980. Obra de Alfredo Ceschiatti, esta representa "sensualidade, poesia e música".

A Obra “O Pássaro” assinada por Mariane Peretti. Escultura em bronze polido, medindo 1,80 sobre pedestal de 60 cm e pesando 804 kg, posicionado logo à esquerda de quem entra no foyer da Villa-Lobos é uma das preferidas pelos visitantes para composição de fotos.

CAPÍTULO III

3 MÉTODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Método de investigação utilizado

De acordo com Dencker (2003) esta pesquisa está classificada quanto aos fins como descritiva que em geral procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variações. Quanto aos meios, constitui-se um estudo de caso, que define como um estudo profundo e exaustivo de determinados objetivos ou situações, permitindo o conhecimento em profundidade dos processos e relações sociais.

O método empregado neste trabalho foi o quanti-qualitativa que, segundo Rampazzo (2002) a pesquisa quantitativa tem como alvo chegar a princípios explicativos e a generalizações, já a pesquisa qualitativa busca uma compreensão particular daquilo que estuda.

3.2 Tipo de pesquisa

Tendo em vista as particularidades do tema proposto, foi utilizada a pesquisa bibliográfica como meio de obter uma fundamentação teórica que deu subsídios às análises realizadas.

Lakatos (2003, p.186) salienta que pesquisa de campo é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações ou conhecimentos acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queira comprovar, ou ainda, descobrir novos fenômenos relações entre eles.

3.3 Variáveis da pesquisa

Segundo Dencker (2003, p.78) variáveis da pesquisa são definidas em função da hipótese ou, no caso de estudo de caso que não necessita de hipótese, do referencial teórico.

Assim, visando ao alcance dos objetivos pretendidos, as variáveis de estudo desta pesquisa foram definidas com base nos objetivos específicos já

mencionados anteriormente. Foram as seguintes variáveis investigadas neste estudo:

Atrativo Cultural (V1)

- Arquitetura
- Cultura
- Localização

Acessibilidade (V2)

- Meio de transporte

Meio de divulgação (V3)

3.4 Dados da pesquisa e instrumentos de coleta de dados

Segundo Martins (2000, p. 45) dados primários são aqueles colhidos diretamente na fonte e dados secundários são os dados já coletados, que se encontram organizados em arquivos, banco de dados, anuários estatísticos, relatórios etc.

Nesta pesquisa, os dados primários foram coletados através de entrevistas estruturadas junto aos visitantes do Teatro Nacional de Brasília, de acordo com o roteiro previamente programado. (Apêndice A)

Os dados secundários foram obtidos através da pesquisa bibliográfica, em livros, revistas especializadas, teses, dissertações, bem como pesquisa na internet.

Neste sentido, elaborar-se um questionário semi-estruturado com perguntas abertas e fechadas, aplicada aos visitantes e funcionários do local. Esta técnica é importante para a ampliação das informações, pois acontece de forma

verbal, proporcionando o aprofundamento das idéias levantadas durante a pesquisa, em busca de explicações que integram a realidade.

Com os dados coletados, foi possível demonstrar o perfil do público visitante, a faixa etária predominante, o tipo de evento mais procurado, o motivo da visita ao teatro, se estes estavam a passeio, a negócios, ou até mesmo participando de eventos e ainda de quais tipos de eventos estavam participando, foi possível também fazer análise do dia de maior fluxo de visitante no Teatro Nacional.

3.5 Tratamento e análise dos dados

Este estudo apresenta abordagem de análise quanti-qualitativa. A pesquisa foi desenvolvida para que fosse possível analisar o perfil do turista que visita o Teatro Nacional de Brasília-DF.

Para tanto a realização da pesquisa foi por meio da aplicação de um questionário com 14 questões que contou com o universo de 30 entrevistados. Os dados coletados foram tabulados, analisados e demonstrados por meio de gráficos.

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

O estudo teve como direcionador responder à seguinte indagação-problema:

QUAL O PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O TEATRO NACIONAL DE BRASÍLIA – DF E SUAS REAIS MOTIVAÇÕES?

Para responder a essa indagação, o instrumento de coleta de dados utilizado foi a aplicação de questionário composto por 14 questões, sendo estruturado de forma padrão, relacionadas ao perfil e as motivações do público. A aplicação do questionário foi realizada nos dias 25 e 26 de Setembro no Teatro Nacional com intenção de obter dados inerentes à análise, para o tema escolhido. Foram aplicados 30 questionários por entrevista individual.

Sob esse enfoque, obteve-se o seguinte resultado:

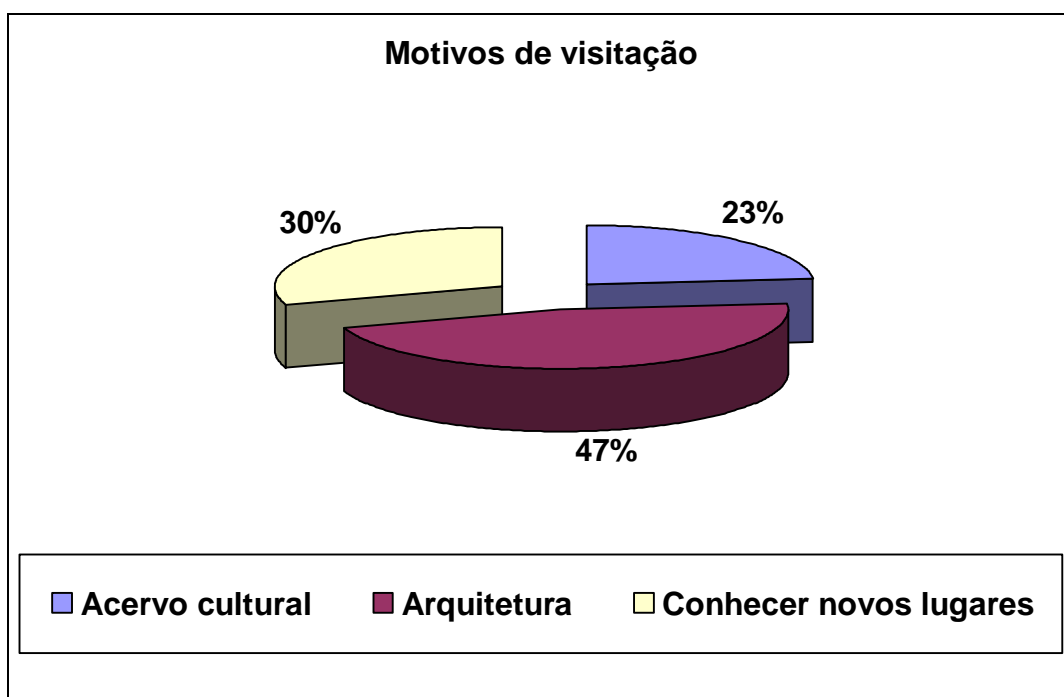
De um modo geral, percebeu-se que o perfil dos entrevistados é composto na maioria por pessoas do sexo feminino. Estão na faixa etária entre 31 a 50 anos, possuem o segundo e o terceiro grau completo, classe econômica que varia de 6 a 20 salários mínimos. Hospedam-se em hotéis e, permanecem de 3 a 6 dias na cidade.

Percebeu-se que os visitantes são, na sua grande maioria, de outros Estados, como: São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. Segundo a funcionária Fátima Belarmino o TNCS recebe ainda uma grande concentração de turistas estrangeiros.

Em relação às variáveis propostas neste estudo, resultados encontrados foram os seguintes:

Atrativo Cultural (V1)

As análises dos dados coletados demonstraram que os fatores que motivam a visitação do TNCS, são: conhecimento de novos lugares, acervo cultural e arquitetura, conforme gráfico 1.



Gráfico 1: Atrativo Cultural

Fonte: Representação Gráfica referente a pesquisa aplicada no Teatro Nacional de Brasília-DF, 2007

Do universo de entrevistados, 47% possuem interesse pela arquitetura do teatro, 30% dos entrevistados preferem conhecer novos lugares e apenas 23% são motivados pelo acervo cultural.

O Teatro Nacional tem localização privilegiada, já que está situado no centro de Brasília, perto de todos os importantes pontos turísticos de Brasília.

Acessibilidade (V2)

Os dados coletados demonstraram que os entrevistados preferem viajar de avio o e através de ônibus em excursões. Dos entrevistados que tiveram preferência por carro enfatizaram a importância da sinalização.

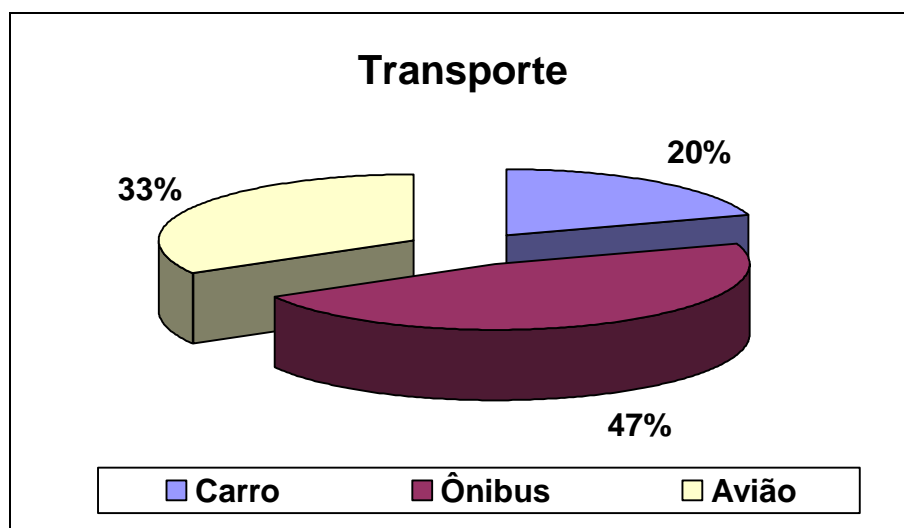


Gráfico 2: Acessibilidade

Fonte: Representação Gráfica referente a pesquisa aplicada no Teatro Nacional de Brasília-DF, 2007

Dos entrevistados, 47% preferem viajar de ônibus em excursões, 33% viajam de avião pelo fato da comodidade. E apenas 20% preferem viajar de carro próprio.

Meio de divulgação (V3)

Os entrevistados tiveram informações através dos veículos de comunicação, onde puderam conhecer um pouco da história do Teatro Nacional e seus eventos. O gráfico 3 demonstra os resultados.

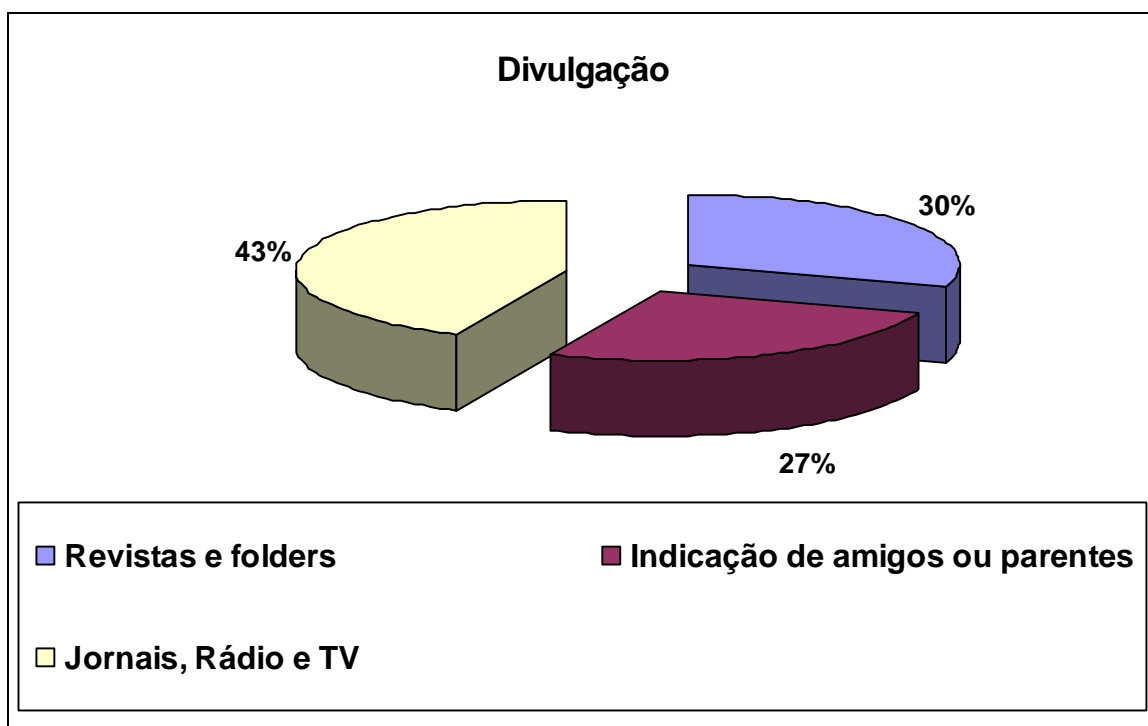


Gráfico 3: Meio de Divulgação

Fonte: Representação Gráfica referente a pesquisa aplicada no Teatro Nacional de Brasília-DF. , 2007

Dos entrevistados, 43% tiveram referência da informação através dos veículos de comunicação tais como: jornais, rádio e TV, 30% por revistas e *folders* vinculadas às áreas de Turismo. E apenas 27% indicações de amigos ou parentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

Acredita-se que este estudo tenha confirmado seu objetivo, pois buscou mostrar um pouco da história do Teatro Nacional, sendo o foco principal deste estudo é analisar o perfil do turista que o visita. De acordo com os entrevistados chegou-se a conclusão que os turistas que visitam o TNCS são motivados pela aquisição de novos conhecimentos e apreciação da arquitetura, da arte e da cultura local.

O TNCS, também foi projetado para tornar-se um referencial da cultura moderna de Brasília, sendo este o maior conjunto arquitetônico realizado por Oscar Niemeyer destinado exclusivamente às artes, além disso, é um dos pontos centrais de interesse turístico da cidade. Sua infra-estrutura é mantida pela Secretária de Estado e Cultura do Distrito Federal.

Sendo assim, apresentam-se algumas sugestões para a visitação do Teatro Nacional, tanto pelos turistas quanto pela população local.

No primeiro semestre de 2005, o TNCS junto ao Uniceub implantou um projeto com a finalidade de divulgar os atrativos da cultura local através das visitas guiadas. Foram desenvolvidos estágios com a participação de um grupo de 06 alunos do curso de turismo, sob a orientação da coordenadora do projeto, Sr^a. Eliete Pereira, onde puderam desenvolver as seguintes atividades durante o período de estágio:

- Planejamento das visitas guiadas interna e externas no **TNCS**
- Roteiro turístico no espaço cultural do teatro de acordo com o público alvo.
- Conhecimento dos procedimentos utilizados no teatro para locação dos espaços para realizações de eventos culturais e sociais.

Neste sentido, sugere-se implantação de projeto de planejamento e organização do marketing cultural - tour, para que haja a participação da comunidade local nas visitas ao TNCS. Para tanto, torna-se primordial a que seja firmando convênio com as faculdades de Brasília, que disponibilizaram alunos do curso de turismo, possibilitando a estes o aprimoramento de seus conhecimentos. Sugere-se ainda que as visitas sejam acompanhadas por um profissional de turismo regulamentado por lei, como os guias de turismo, capaz de orientar e transmitir informações do local visitado a pessoas ou grupos interessados em conhecer a história do teatro.

Outra proposta relevante é dar seguimento ao projeto que, segundo informações colhidas do Jornal de Brasília (26/09/2007) em matéria escrita por Júnia Gama, apresenta o título Platéia Encantadora. Desde a implantação do Projeto, cerca de 500 alunos de três escolas públicas da Ceilândia tiveram a oportunidade de participar da primeira sessão da série Concertos Didáticos, onde foi observada a importância de promover o acesso dos alunos do Entorno à cultura e à educação.

Tendo como base todo o exposto nos capítulos deste estudo, este trabalho poderá contribuir para pesquisas futuras que necessitem de base de dados semelhantes às informações apresentadas.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo**. fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática. 2002.

BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação do estudo do turismo**. 5. ed. São Paulo: Papirus, 1995.

BARRETO, Margarita. **Turismo e legado cultural**. São Paulo: Papirus, 2000.

BENI, Mario. **Análise estrutural do turismo**. 6. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2003.

DIAS Reinaldo e AGUIAR, Marina R. **Fundamentos do turismo**: conceitos, normas e definições. Campinas: Alínea, 2002.

FUNARI, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (orgs) **Turismo e patrimônio cultural**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

KERN, Iara, De Aknaton a J.K. **Das Pirâmides a Brasília**. Thot: Brasília, 1991.

LOPES, Ataíde Rodrigues, **O ABC do turismo**: noções básicas. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

MARTINS, Gilberto de Andrade; LINTZ, Alexandre. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Altas, 2000.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica TGI, TCC, Monografia, Dissertações e Tese**. São Paulo: Pioneira, 1997.

RAMPAZZO, Lino. **Metodologia científica**. São Paulo: Loyola, 2002.

SIMÃO, Maria Cristina Rocha. **Preservação do patrimônio cultural em cidades**. Belo Horizonte: Autêntica 2001.

SOUZA, Arminda Mendonça de. CORREA, Marcus Vinícius. **Turismo**: conceito, definições e siglas. Manaus: Valer, 2000.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável**: conceitos e impacto ambiental
Tradução de Margarete Dias Pulido. São Paulo: Aleph, 2000, V.1.

Acesso a internet

<<http://www.prodamsp.gov.br>>. Acesso em 03 mar. 2007.

<<http://www.scdf.gov.br>> Acesso em 07 mar. 2007.

<<http://institucional.turismo.gov.br/>>. Acesso em 13 abr. 2007.

<<http://www1.jus.com.br>> Acesso 06 set. 2007.

ANEXO**Figura 1 - Sala Villa-Lobos****Figura 2 – Sala Martins Pena****Figura 3- Espaço Cultural Dercy Gonçalves**

Figura 4 - O Pássaro



Figura 5 - A Contorcionista



Figura 6 – Os Jardins



Fonte: <<http://www.sc.df.gov.br>>

APÊNDICE

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Este trabalho é de fundo acadêmico, visa dar suporte à pesquisa científica e tem objetivo avaliar o perfil e as motivações dos turistas que visitam o Teatro Nacional.

DADOS PRELIMINARES

1.1 Razão social: Teatro Nacional Cláudio Santoro

1.2 Endereço: Setor Cultural Norte Via N 2 - em frente ao Conjunto Nacional de Brasília.

1.3 Entrevistado: _____

1.4 Sexo: M() F()

1.5 Data: ____/____/ 2007.

DADOS GERAIS DO ENTREVISTADO

2.1-Onde reside

Cidade _____

2.2 - Faixa etária

Até 20 anos ()

De 21 a 30 anos ()

De 31 a 40 anos ()

De 41 a 50 anos ()

Acima de 50 anos ()

2.3 - Grau de instrução

1º grau ()

2º grau ()

3º grau completo ()

3º grau incompleto ()

Outros _____

2.4 - Profissão

Professor ()

Militar ()

Estudante ()

Funcionário público ()

Aposentado ()

Outros _____

2.6 - Nível de renda

- | | |
|----------------------------|----------|
| 1 a 5 salário mínimo | () |
| 6 a 10 salário mínimo | () |
| 11 a 20 salário mínimo | () |
| Acima de 20 salário mínimo | () |

2.7 - Meio de transporte

- | | |
|--------|----------|
| Carro | () |
| Ônibus | () |
| Avião | () |

2.8 - Meio de hospedagem

- | | |
|-----------------------------|----------|
| Hotel | () |
| Pousada | () |
| Camping | () |
| Casas de parentes ou amigos | () |

2.9 - Quais dos motivos levam a visitar o Teatro Nacional?

- | | |
|-----------------------------------|----------|
| Ócio, recreação e férias | () |
| Visitas a parentes e amigos | () |
| Negócios e motivação profissional | () |
| Hospitalidade do povo | () |
| Cultura primitiva | () |
| Localização | () |
| Qualidade de vida | () |
| Arquitetura | () |
| Conhecer novos lugares | () |

2.10 - Com que frequência visita o Teatro Nacional?

2.11 - Que veículo de propaganda influenciou para a visita:

- | | |
|---------------------------------|----------|
| Revistas, folders | () |
| Indicação de amigos ou parentes | () |
| Jornais, rádio e TV | () |
| Agências de viagens | () |

2.12 - Dê sua opinião sobre a visita ao Teatro Nacional

Prof.^a Silvana Barbosa Fernandes**Orientadora Mestrado em Engenharia de Produção/UFPB**

Fátima Amélia Lopes dos Santos

Graduação em Turismo /UNICEUB-DF